

**КЕЙС «РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ
РАЗВИТИЯ МЕБЕЛЬНЫХ КОЖ И
КОЖАНОЙ МЕБЕЛИ»
(на примере КЗ «Русская кожа»)**



ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ ПЕРВОГО ПРОЕКТА



Компания: Кожевенный завод
(г. Рязань)

Новое направление деятельности:
Производство кож для мебели

Проект: Анализ рынка, потребителей,
конкурентов и разработка
рекомендаций по эффективной
стратегии развития мебельных
кож завода

Цель: Достижение максимальной эффективности и прибыльности
нового направления бизнеса – производство и реализация кож для
мебели (Завоевание 10% рынка)





1 Этап. Комплексное маркетинговое исследование
(внутренний и внешний аудит)



2 Этап. Разработка концепции и стратегии
развития мебельных кож



3 Этап. Разработка коммуникационной стратегии

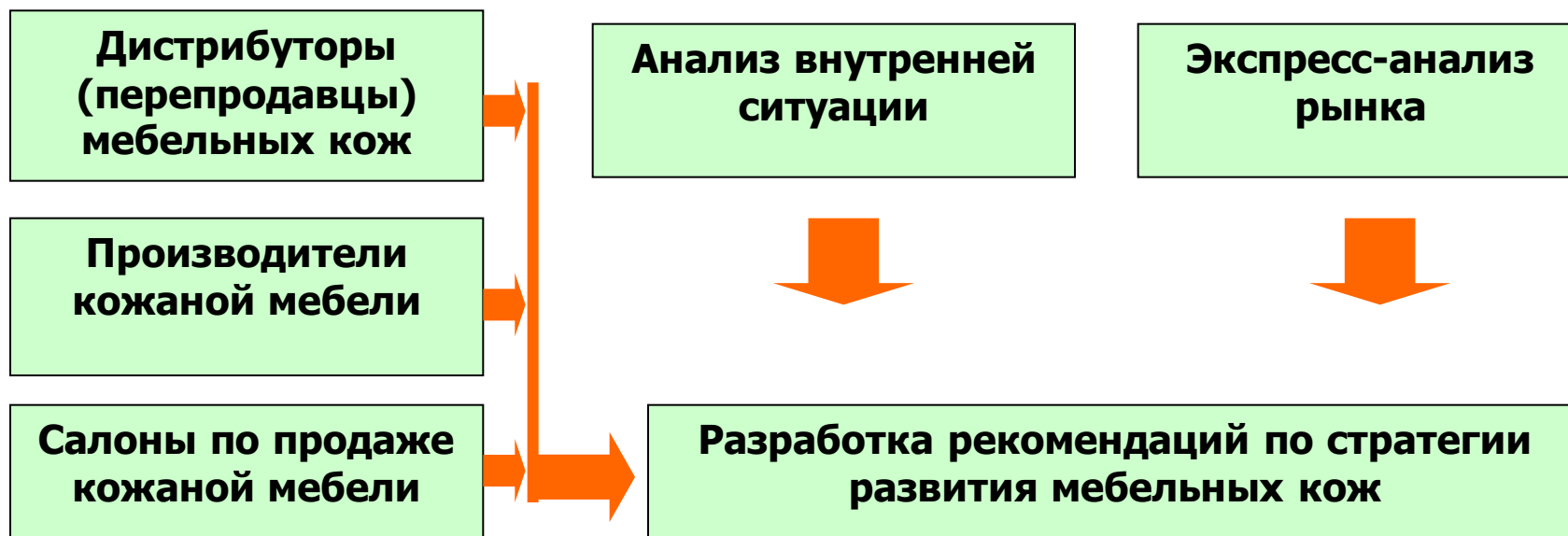


4 Этап. Коммуникация и продвижение бренда
мебельных кож, Супервайзинг



5 Этап. Анализ полученных результатов

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



РАЗРАБОТКА БРЕНДА МЕБЕЛЬНЫХ КОЖ КЗ «РУССКАЯ КОЖА»



Особенностью нового бренда стало его Итальянское происхождение. Все **оборудование и технологии производства были привезены из Италии**. Также это было связано с двумя основными причинами:

- **Итальянцы** воспринимаются и экспертами, и производителями, и конечными покупателями кожаной мебели как **законодатели моды** на данном рынке.
- Российские производители, по мнению дистрибуторов-поставщиков мебельных кож, не всегда внушают доверие производителям мебели. А если на коже будет стоять **марка иностранного происхождения, то и доверие к продукции будет выше**.



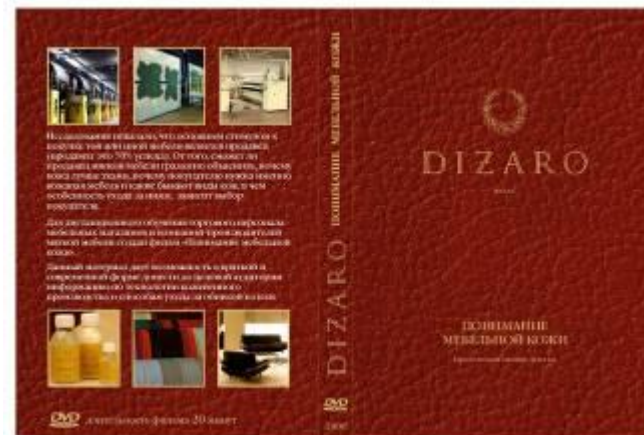
МЕБЕЛЬНЫЕ КОЖИ ТМ «DIZARO»



Обложка А6 на коже 148x99 мм



- Совместно с маркетологами завода была разработана марочная концепция, имя нового бренда («**DIZARO**»),
- Фирменный стиль, необходимые печатные материалы, каталоги с образцами продукции;
- **Хангеры для демонстрации кож** непосредственно в местах продажи кожаной мебели, **наборы по уходу за кожей**, создан учебный фильм «Понимание мебельной кожи».



ЗАРОЖДЕНИЕ НОВОГО ПРОЕКТА



- В результате маркетингового исследования мы выявили, **маркетинговую возможность**: в России неразвит сегмент **доступной кожаной мебели**.
- При этом, по мнению опрошенных в ходе исследования экспертов, не **дорогой сегмент занимает на Западе** значительную долю рынка в натуральном выражении (**не менее 40% от всего рынка**).
- Именно отсутствием доступной кожаной мебели эксперты объясняют низкую долю кожаной мебели по сравнению с объемом всего рынка

Таким образом, мы определили, что на рынке существует реальная возможность **сформировать сегмент экономичной кожаной мебели и стать на нём лидером**



РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КЗ «РУССКАЯ КОЖА»



- После нашей презентации и детального обсуждения выявленной нами рыночной возможности руководство КЗ «Русская кожа» приняло решение о возведении фабрики по производству мебели из кож «DIZARO».
- За 9 месяцев была построена фабрика «Кожпроммебель» площадью 5 400 кв.м по производству мягкой мебели из кожи среднего ценового сегмента.
- Была разработана новая ТМ мебели из кожи **«Домашняя коллекция» - «доступная добротная мебель в коже»**



МЕБЕЛЬ «ДОМАШНЯЯ КОЛЛЕКЦИЯ»



Модель «Бостон»



модель виена



мечта домоседа

модель «эвита»



новинка!!!

модель «сидней»



австралийские каникулы

модель берг



престижная модель

Модель «Манхеттен»



3-ИЙ ПРОЕКТ: РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ



- Далее, руководство КЗ «Русская кожа» приняло решение о создании центра продаж мебели «Домашняя коллекция»;
- После проведения комплексного анализа рынка, конкурентов, потребителей мы убедились, что **на рынке практически нет концептуальных магазинов.**
- Специалистами нашей компании совместно с отделом маркетинга завода была разработана **концепция новой сети розничных магазинов «Территория уюта».**
- В рамках данной концепции мы рекомендовали **создание в салонах «Территория уюта» специальных интерьеров**, т.е. покупателю предлагался **не просто диван, а конкретное интерьерное решение.**
- Согласно концепции покупателю предлагалось фактически готовое **«коробочное решение»** определенного стиля: **классика, хай-тек, эклектика** и т.п.

САЛОНЫ «ТЕРРИТОРИЯ УЮТА»



РЕЗУЛЬТАТЫ



- Всего за 1,5 года новая марка кож «DIZARО» завоевала доверие как поставщиков-дистрибуторов кож, так и производителей мебели из кожи, участники рынка ассоциируют данную марку со **стандартом качества мебельных кож среднего ценового сегмента**
- На сегодняшний день завод «Русская кожа» является **лидером по производству кож не только для обуви, но и для мебели**. На сегодняшний день кожи «DIZARО» занимают «25% рынка кож для мебели
- Сегодня **Холдинг «Русская кожа» является вертикально интегрированным** и включает в себя: завод «Русская кожа» мебельную фабрику «КожПромМебель», на которой выпускается кожаная мебель ТМ «Домашняя Коллекция», и мебельные салоны «Территория уюта»